

## **i ASIGNATURA INGLÉS APLICADO AL MARKETING**

Código	31307028
Titulación	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Módulo	MÓDULO XII - AMPLIACIÓN EN MARKETING
Materia	MATERIA XII.1 INGLÉS APLICADO AL MARKETING
Curso	4
Duración	PRIMER SEMESTRE
Tipo	OPTATIVA
Idioma	INGLÉS
ECTS	6,00
Teoría	0
Práctica	6
Departamento	C115 - FILOLOGIA FRANCESA E INGLESA

## **✓ REQUISITOS Y RECOMENDACIONES**

### **Requisitos**

Dominio intermedio-alto de inglés.

### **Recomendaciones**

La adquisición de una segunda lengua necesita de un trabajo continuado por parte del alumnado. Se recomienda al alumno la preparación y seguimiento de la asignatura, la participación activa en clase en lengua inglesa, así como la realización de tareas y actividades tanto de ampliación, como de refuerzo a través del Campus Virtual o de cualquier otro medio.

## RESULTADO DEL APRENDIZAJE

Id.	Resultados
1	Ser capaz de resolver ejercicios de comprensión y producción tanto orales como escritos con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MERCL
2	Ser capaz de comunicarse con sus compañeros resolviendo ejercicios comunicativos de tipo Role-Play utilizando el vocabulario y las expresiones de los temas de la asignatura, con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MERCL.
3	Ser capaz de utilizar correctamente la gramática, la entonación y los sonidos propios de la lengua inglesa con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MERCL.
4	Ser capaz de trabajar en grupo y exponer en clase actividades y trabajos de forma oral con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MERCL
5	Ser capaz de resolver ejercicios 'on-line' a través del Campus Virtual, utilizando adecuadamente las herramientas proporcionadas por dicha plataforma
6	Ser capaz de utilizar correctamente las herramientas y programas del laboratorio de idiomas.

## COMPETENCIAS

Id.	Competencia	Tipo
CB1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio	BÁSICA

Id.	Competencia	Tipo
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio	BÁSICA
CT1	Adaptación a nuevas situaciones.	TRANSVERSAL
CT11	Creatividad	TRANSVERSAL
CT15	Motivación por la calidad.	TRANSVERSAL
CT17	Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad	TRANSVERSAL
CT18	Resolución de problemas.	TRANSVERSAL
CT2	Aprendizaje autónomo	TRANSVERSAL
CT21	Trabajo en equipo.	TRANSVERSAL
CT9	Conocimiento de una lengua extranjera	TRANSVERSAL

## Q CONTENIDOS

Breve resumen de los contenidos (El Programa desarrollado y pormenorizado se publicará en el campus Virtual de la asignatura al comienzo de la misma)

- 1.Trabajar en inglés como lengua extranjera
- 2.Comunicarse de forma oral y escrita en Inglés
- 3.Trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico
- 4.Manejar las técnicas de comunicación en idioma extranjero
- 5.Ampliar conocimientos sobre el ámbito profesional del marketing en las relaciones internacionales, sobre todo las referidas a los países anglófonos.
- 6.Desarrollar destrezas referidas al establecimiento y al desarrollo productivo de acciones, comunicaciones y relaciones que puedan darse en estos ámbitos como resultado de la existencia del Espacio Europeo.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

---

### **Criterios generales de evaluación**

---

Se llevará a cabo un examen final escrito. Se valorará asimismo la asistencia y participación activa en el aula, además de los trabajos requeridos durante el curso, así como el uso de la plataforma del Campus Virtual o de cualquier otro medio.

Las competencias idiomáticas a alcanzar por los alumnos son las correspondientes al nivel B1 del Marco de Referencia Europeo de las Lenguas:

#### **NIVEL B1**

- Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización.
- Puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores.
- Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

### **Procedimiento de calificación**

---

Sistema de evaluación:

- Asistencia y participación activa en los seminarios teórico-prácticos y realización de actividades en fases no presenciales de la asignatura gestionadas mediante campus virtual o cualquier otro medio, junto con presentación de trabajos: 30%.
- Prueba escrita final: 70%


**PROFESORADO**

Profesorado	Categoría	Coordinador
LOPEZ ZURITA, PALOMA	PROFESOR TITULAR UNIVERSIDAD	Sí
TRIGO CAPARRINI, JUAN BOSCO	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO	No


**ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Actividad	Horas	Detalle
02 Prácticas, seminarios y problemas	32	- Seminarios teórico-prácticos -Realización y/o exposición de trabajos y/o debates -Búsqueda de datos -Tutoría individual o grupal
04 Prácticas de taller/laboratorio	16	Clases prácticas en laboratorio de idiomas
10 Actividades formativas no presenciales	99,00	Trabajo en grupo Trabajo autónomo
12 Actividades de evaluación	3,00	


**BIBLIOGRAFÍA**

## **Bibliografía específica**

---

Gore, S. (2011). English for Marketing and Advertising. Oxford: O.U.P.

Farrall, C. & M. Lindsey (2008). Professional English in Use (Marketing).  
Cambridge: C.U.P.

Jo St John, M. (1994). Advertising and the Promotion Industry. London: Prentice  
Hall.

Robinson, N. (2010). Cambridge English for Marketing. Cambridge: C.U.P.

## **Bibliografía ampliación**

---

.ollins, P. English Grammar: an introduction. Macmillan 2010

Hewings, M. Advanced Grammar in Use: A self-study reference and practice book  
for advanced learners of English. C.U.P. 2011

McCarthy & O'Dell F.: English Vocabulary in Use. C.U.P. 1998.

Murphy, R.: English Grammar in Use. C.U.P. 1990

### Recursos electrónicos

- [http://www.englisch-hilfen.de/en/inhalt\\_grammar.htm](http://www.englisch-hilfen.de/en/inhalt_grammar.htm)
- <http://www.esl-lab.com/>
- <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>

<http://www.onestopenglish.com/>

---

El presente documento es propiedad de la Universidad de Cádiz y forma parte de su Sistema de Gestión de Calidad Docente.

En aplicación de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, toda alusión a personas o colectivos incluida en este documento estará haciendo referencia al género gramatical neutro, incluyendo por lo tanto la posibilidad de referirse tanto a mujeres como a hombres.